

ABSTRACT

Inleiding

Het Universitair Medisch Centrum Groningen heeft een preconceptiescreening (PCS) ontwikkeld. Dit is een test die bij (toekomstige) ouders afgenomen wordt nog voordat zij zwanger worden en test op 70 verschillende ernstige ziekten. Dit onderzoek richt zich op de informatievoorziening bij PCS.

Methode

Door middel van literatuurstudie en twee focusgroepen is onderzocht waaraan de folder moet voldoen. Er is met name gekeken of de tekst in de folder begrepen wordt en of de tekst aanzet tot denken over het wel of niet doen van de test. Op basis van literatuurstudie is een conceptfolder ontworpen. De conceptfolder is in twee focusgroepen, van ieder vijf personen, besproken. Tijdens deze focusgroep kregen de deelnemers een aantal alternatieve teksten voorgelegd die ook in de folder opgenomen zouden kunnen worden.

Resultaten

Er kwam naar voren dat de folder goed werd begrepen, echter miste de deelnemers nog informatie over de kosten en de vervolgkeuzes. Ook zouden zij de folder anders opbouwen. Verder gaven de deelnemers aan dat zij de kansen het liefst beschreven zagen in frequenties en dat zij plaatjes niet verhelderend vonden om de kansen te beschrijven. De deelnemers gaven ook aan dat een voorbeeldverhaal hen een duidelijker beeld gaf van wat de verschillende ziekten inhielden. Echter lazen zij liever een feitelijk verhaal dan een emotioneel verhaal. De vervolgkeuzes die zij als alternatieve tekst kregen vonden zij erg verhelderend.

Conclusie

Er wordt aangeraden om in de volgende folder een duidelijkere inleiding en meer tussenkopjes te gebruiken. Ook wordt aangeraden om een stukje over de kosten en de vervolgkeuzes op te nemen. Verder kan het beste een feitelijke casus gebruikt worden over een bekendere ziekte en kunnen de kansen het beste worden beschreven in frequenties, met het percentage tussen haakjes. Ook wordt aangeraden om een goede, uitgebreide website te koppelen aan de folder, voor meer aanvullende informatie. Één van de beperkingen van dit onderzoek was de vrij kleine hoeveelheid deelnemers. De focusgroepen bestonden in totaal uit slechts 10 mensen, die allen hoger opgeleid waren. Er is meer vervolgonderzoek nodig om een representatiever beeld te krijgen hoe de folder bekeken wordt door de gehele doelgroep. Interessant is om te kijken hoe lageropgeleiden de folder bekijken of hoe partners samen de folder bespreken.